

УДК 339.5.012

ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В КРАЇНАХ ЦЕНТРАЛЬНО-СХІДНОЇ ЄВРОПИ

О.В. Баула, Т.Л. Никитюк

Луцький національний технічний університет, baula_olena@i.ua, tnikita@i.ua

В глобальному економічному середовищі міжнародний туризм відіграє роль каталізатора у формуванні взаємопов'язаних міждержавних та міжрегіональних відносин. Економіко-соціальний ефект, що проявляється у вигляді підвищення кількості валютних надходжень в країну, створенні нових робочих місць та посиленні мотивації розвитку національної системи підприємництва, відносить торгівлю міжнародними туристичними послугами до групи пріоритетних напрямів розвитку держави.

Європейські країни є лідерами за в'їзними потоками іноземних туристів – більше 53% від загального світового обсягу. Однак, упродовж останнього десятиріччя частка Європи у світовому туризмі поступово набуває негативної динаміки. Спостерігаються значні коливання середньорічного росту прибутків від міжнародних туристичних послуг в Європі, зокрема у Західній (4,3% – 2013/12р.), Південній (4,2% – 2013/12р.), Центральній-Східній (1,0% – 2013/12р.) та Північній Європі (6,6% – 2013/12р.) [1]. На наше переконання, це можна частково пояснити посткризовою економічною ситуацією у світі та Європі. Відносна втрата темпів зростання торгівлі міжнародними туристичними послугами у Європі пояснюється чинниками, що подано на рисунку [2; 3].

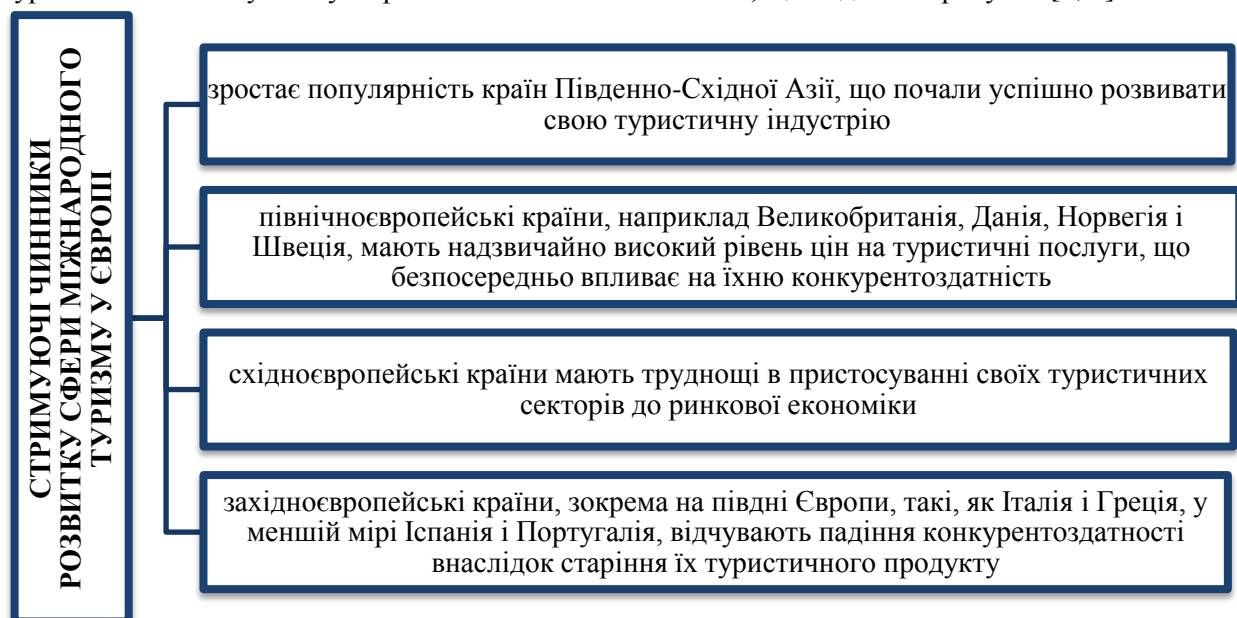


Рисунок – Чинники, що стримують зростання торгівлі міжнародними туристичними послугами в Європі

Для країн Центрально-Східної Європи (ЦСЄ) актуальним є створення та подальшого розвитку конкурентного сегменту на світовому ринку туристичних послуг. Більшість держав ЦСЄ має розв'язати дилему вибору власної експортної спеціалізації: з одного боку, маючи за необхідність вирішення проблеми реорганізації малорентабельних традиційних галузей виробництва, з іншого – орієнтації на нові типи експортної продукції та інноваційні види діяльності в сфері послуг і міжнародної торгівлі. Переорієнтація на відкриту економіку сфери послуг є закономірним наслідком процесу лібералізації міжнародних економічних відносин в країнах, що переходять від командної економіки з 90-х рр. ХХст. Базисною передумовою дослідження еволюції торгівлі міжнародними туристичними послугами у ЦСЄ регіоні стає структуроване визначення абсолютних та відносних конкурентних переваг країн цієї групи: регіон ідеальний для розвитку туризму, в основі якого є вдале просування на зовнішній ринок власних конкурентних принад у сфері туризму, зокрема сприятливі природно-кліматичні умови, багата історико-культурна спадщина, відносно низька собівартість туристичних послуг тощо. Однак, у динамічній моделі сучасної торгівлі міжнародними туристичними послугами в Центрально-Східному регіоні Європи на по-

чатковому етапі спостерігалися й негативні моменти, які у своїй більшості мали політичне забарвлення. Після краху командно-адміністративних господарських систем у 80–90-х роках ХХст., в ЦСЄ формується політика «відкритих дверей», що значно розширило потік іноземних відвідувачів у регіон. Переважаючим мотивом подорожуючих була проста цікавість до нового, невідомого західним туристом світу. В міру зростання в'їзних туристичних потоків відбувався процес формування необхідних інституційних та функціональних структур міжнародного туристичного бізнесу ЦСЄ, які склали і визначили структурні компоненти сучасного туристичного бізнесу: створені спеціалізовані державні установи з адміністрування, розробки процесу легалізації та ліцензування суб'єктів туристичної діяльності тощо. Одночасно виникають громадські інституції, які спрямовують зусилля на популяризацію мандрівних принад центрально-східного регіону на зовнішній арені та формують туристичний імідж регіону.

З метою захисту власних інтересів виникають професійні спілки туроператорів та турбюро в Хорватії, Румунії, Польщі, Болгарії, Латвії та Чехії. Становлення центрально-східного сегменту європейського ринку туристичних послуг привернула увагу причетних до турбізнесу міжнародних фірм. На регіональний ринок ЦСЄ прийшли великі міжнародні туристичні агентства, зокрема TUI, Neckermann, Scan Holiday, Wing та інші. Найвідоміші транснаціональні готельні мережі швидко почали будівництво місцевих філій (Hilton, Sheraton, Ritz). Паралельно з ними на локальних ринках закріпилися відомі світові страхові компанії тощо [4, с.51].

Вступ східноєвропейських країн до ЄС прискорив розвиток туризму в регіоні. Основною тенденцією туристичного бізнесу ЦСЄ є його висхідний тренд та динамічність розвитку, що відображається у помітному зростанні зацікавлення іноземних громадян (особливо з країн ЄС) місцевими туристичними пропозиціями. В даний час, при відносно середній ціновій політиці, Центрально-Східна Європа може запропонувати закордонним відвідувачам широкий спектр послуг — гірськолижні курорти в Татрах, будинки відпочинку на узбережжі Балтійського моря, турне по перетворених на комфортабельні готелі колишніх замках лицарів-хрестоносців чи відвідування міст королівської слави тощо. В результаті ринкових трансформацій у країнах ЦСЄ змінилася роль туризму в державі і його вплив на національну економіку в цілому. Країни, що досягли найбільших успіхів у ринковій реструктуризації (Словенія, Чехія, Словаччина, Польща), змогли налагодити виробництво експортної продукції, доповнити структуру промисловості інноваційними галузями, удосконалити невиробничу сферу тощо.

У період світової господарської кризи міжнародний туризм виявився стимулюючим чинником у розвитку національних економік, а надходження від туристичної діяльності дозволили багатьом країнам знизити дефіцит платіжного балансу. На сьогодні, ці держави продовжують проводити політику активізації туристичної сфери, що ґрунтується на пропорційному розвитку допоміжних секторів, насамперед – послуг (комунікаційних, готельних, соціальних тощо). Держави, які відчувають значний дефіцит власних сировинних і паливних ресурсів (Естонія, Албанія, Хорватія, Литва, Болгарія), намагаються надати особливої ваги розвитку міжнародного туризму. У більшості країн регіону ЦСЄ в 1990–ті рр. відбулася зміна функцій туризму, перетворивши його із незначної сфери економіки в провідну. У той же час залишаються країни (Україна, Білорусь, Молдова, Македонія), в яких активний туризм, не зважаючи на значний національний потенціал, не одержав належного розвитку, а негативне сальдо туристичного балансу лише збільшує дефіцит платіжного балансу країни.

Таким чином, як демонструє досвід більшості країн Центрально-Східного регіону Європи, ефективний розвиток сфери міжнародного туризму в умовах глобалізації неможливий без залучення іноземних інвестицій та переведення його у ранг пріоритетних напрямів державної політики. Піднесення рівні розвитку міжнародного туризму в окремій країні дозволяє не лише збільшити її економічні вигоди, а й сприяє налагодженню міжособистісних товариських відносин між народами світу.

Список використаних джерел:

1. Всесвітня туристична організація ([World Tourism Organization UNWTO](http://www.unwto.org)). Международный туризм принес US\$1.4 триллиона в экспортных поступлениях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2014-05-14/mezhdunarodnyi-turizm-prines-us14-trilliona-v-eksportnykh-postupleniyakh>.
2. Турбізнес втратив 20% клієнтів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://svit.ukrinform.ua/turism.php?page=ukr_tur&id=2671.

3. Зайцева, В.М. Міжнародний туризм і глобалізація / В.М.Зайцев, О.М.Корнієнко // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 2(8). – С. 55–65. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/FviS-2012-2/055-65.pdf>.

4. Карп, В.С. Особливості сучасної еволюції організаційних форм туристичної індустрії / В.С.Карп // Вісник КНУ ім.Т.Шевченка: МВ. – Вип. 31–32. – К., 2005. – С.49–52.